
2025



Informe e-País: El comercio electrónico en Singapur

Octubre 2025

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Singapur

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



22 de octubre de 2025
Singapur

Este estudio ha sido realizado por
Martín Torres Besada

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Singapur

<http://singapur.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250268

Singapur, a pesar de ser el país más pequeño del sudeste asiático, posee uno de los **entornos digitales más avanzados** de la región. Este desarrollo se debe a diversos factores, entre los que destacan su **posición como "hub" comercial**, el elevado poder adquisitivo de sus habitantes, infraestructuras logísticas y tecnológicas de primer nivel, una alta seguridad jurídica y un notable índice de bancarización de la población. El número de habitantes conectados a internet crece año tras año. En 2025, el [95,8%](#) de la población de Singapur usaba internet, situando al país entre los de **mayor tasa de penetración** en el sudeste asiático. Además, el [99%](#) de los hogares tenía acceso a banda ancha, lo que ha impulsado a Singapur a ser uno de los países con las conexiones fijas y móviles más rápidas del mundo. w

El gran aumento del eCommerce de 2021, motivado en parte por la pandemia, se vio corregido en 2022 por una leve disminución asociada a la reapertura del comercio físico. Sin embargo, la tendencia a la adopción del comercio electrónico, sigue su camino ascendente, registrando un gasto de [4.970 millones de USD en 2024](#), lo que supuso un aumento del 12,2% respecto al 2023. Esta tendencia, se espera que continúe hasta superar los [8.000 millones de USD](#) en el año 2029, con sectores especialmente pujantes como son la moda, alimentos y electrónica. En cuanto a las plataformas más utilizadas para las compras en línea, [Shopee y Lazada](#) fueron las más visitadas en 2024, seguidas de Amazon y Qoo10. También destacan otros e-commerce populares como [Castlery Furniture](#), [Zalora](#), [Love Bonito](#) y [eBay](#).

Singapur tiene un gran peso en el comercio electrónico transfronterizo en el sudeste asiático, alcanzando [los 1.400 millones de SGD en ventas en el exterior a través de este canal en el año 2021, y con unas expectativas de alcanzar los 3.500 millones de SGD en 2026](#). A su vez, las marcas españolas de alto valor añadido pueden aprovechar esta tendencia, vendiendo sus productos en Singapur sin necesidad de establecerse físicamente en el país. Gracias al **elevado poder adquisitivo** de los consumidores singapurenses y el mercado del lujo bien desarrollado, las empresas españolas pueden producir en España y enviar sus productos a través de plataformas de eCommerce locales. En definitiva, Singapur, con su avanzado entorno digital, alta conectividad y un **mercado en constante crecimiento**, ofrece grandes oportunidades para el comercio electrónico, particularmente en los sectores de moda, electrónica y productos de lujo.

Además, el gobierno de Singapur juega un papel fundamental en la promoción de la digitalización y el comercio electrónico a través de **diversas iniciativas**. Con diversos programas, el país busca impulsar la transformación digital de su sociedad y economía, lo que incluye la modernización de infraestructuras tecnológicas y logísticas, así como la creación de un entorno favorable para las empresas de comercio electrónico. El desarrollo de **soluciones logísticas avanzadas**, como el uso de drones y almacenes automatizados, está mejorando la eficiencia de las entregas, lo que, junto con una red de conectividad 5G, facilita el crecimiento del eCommerce en todo el país. Esta combinación de avances tecnológicos, **apoyo gubernamental** y un consumidor altamente digitalizado posiciona a Singapur como un mercado clave para el crecimiento continuo del comercio online en los próximos años.

La tasa de penetración de las redes sociales en la sociedad es difícil de medir con precisión debido a la dificultad de identificar las cuentas en las mismas con las personas físicas. Algunos estudios de [Data Reportal](#), afirman que el 88,2% de la población eran usuarios de redes sociales, datos sobre los que hay que tener en cuenta, que varias cuentas pueden estar duplicadas, o que algunas otras no son directamente relacionadas a una persona física, si no a un perfil de divulgación o que cumple otros fines. Por otro lado, el 91,8% del total de la población de Singapur por encima de los 18 años, eran usuarios activos de redes sociales al comienzo de 2025.

Cabe destacar, que el consumidor singapurense no sólo compra cuando necesita un producto, sino que el 45% de los consumidores compran porque “les hace sentirse felices”, lo que **supone un mercado muy interesante para productos aspiracionales y de lujo**, teniendo en cuenta el alto poder adquisitivo de la mayoría de la población. De hecho, para el 49% de los singapurenses, ir de compras es uno de sus pasatiempos preferidos, tanto para hombres (44%) como para mujeres (55%).



CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en Singapur](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Singapur.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Singapur, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones